

**Часть 2**

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ  
ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

УДК 377.5.3

**А.В. Дудко**

Таврический колледж (структурное подразделение)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Симферополь

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ  
СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В ФОРМИРОВАНИИ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ  
СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА**

В статье рассматривается подготовка специалистов для малого и среднего бизнеса в интересах цифровой экономики. Особое внимание уделяется формированию предпринимательской компетентности с помощью инструментов социальной сети «Вконтакте».

*Ключевые слова:* профессиональная подготовка, «Вконтакте», студенты, предпринимательская компетентность, предпринимательская деятельность.

**A.V. Dudko**

Tavrida college,  
Crimean Federal V.I. Vernadsky University,  
Simferopol

**USING THE OPPORTUNITIES OF THE SOCIAL NETWORK  
VKONTAKTE IN FORMING THE ENTREPRENEURIAL  
COMPETENCE OF COLLEGE STUDENTS**

The article considers the training of specialists for small medium-sized businesses in the interests of the digital economy. Particular attention is paid to the forming of entrepreneurial competence using the tools of social network Vkontakte.

*Key words:* professional training, Vkontakte, students, entrepreneurial competence, entrepreneurial activity.

В последнее время подготовка кадров для ускоренного развития экономики России на основе цифровых технологий стала рассматриваться как одна из наиболее актуальных проблем теории и практики профессионального образования. Для эффективного использования человеческого потенциала в интересах цифровой экономики необходимо создавать условия для ведения продуктивной профессиональной деятельности максимально широкому кругу работающих с учетом их квалификации [1]. В данном контексте подготовка нового поколения работающих должна учитывать и технологическую специфику цифровой экономики, и новые стратегии решения разнообразных профессиональных задач, и развитие готовности обучающихся к деятельности в гибких форматах занятости, в том числе полностью дистанционной (от отправки резюме и подачи заявления о приеме на работу до представления результатов выполненной работы). Особый интерес вызывает подготовка специалистов для малого и среднего бизнеса, владеющих разнообразным инструментарием цифровой экономики для решения задач предпринимательства. Система среднего профессионального образования является важным звеном непрерывного образования для решения задач цифровой экономики и обладает большим потенциалом для подготовки специалистов к предпринимательской деятельности [2].

В структуре предпринимательской деятельности особое место занимает работа с целевой аудиторией (ЦА). Качественный и количественный анализ показателей ЦА позволяет бизнесу понять потенциальные потребности и так акцентировать внимание на свойствах и особенностях своего продукта, чтобы с наибольшей точностью донести их до ЦА. В ситуации, когда клиент осознал, какие потребности он сможет удовлетворить благодаря предлагаемому ему продукту, вероятность заключения сделки максимальна.

В Таврическом колледже ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» разрабатываются инновационные модели формирования предпринимательской компетентности будущих предпринимателей на основе инструментов цифровой экономики [3]. В данном сообщении рассматривается опыт применения цифровых технологий для решения бизнес-задач.

В процессе формирования предпринимательской компетентности студентов колледжа необходимо обучающимся не только освоить методику анализа ЦА, но и в привычной для студентов среде раскрыть инструментарий коммуникации (рекламных сообщений, взаимодействия с брендом) с потенциальными клиентами. Возможности российской социальной сети «ВКонтакте» позволяют достичь вышеупомянутых

целей. Во-первых, данная социальная сеть имеет огромное количество пользователей и динамично развивается [4]. В 2010 году сетью ежедневно пользовались менее 20 000 000, в настоящее время к социальной сети «ВКонтакте» ежедневно прибегают более 90 000 000 пользователей (апрель 2017 года) [4]. Во-вторых, инструментарий её рекламного кабинета позволяет выделять из общей массы пользователей нужную предпринимателю ЦА. Это происходит благодаря выборке аудитории для показа рекламных сообщений, исходя из заданных критериев, таких как пол, возраст, географическое положение, интересы и т.п. В-третьих, «ВКонтакте» пользуется большой популярностью у современных студентов, поэтому наш опыт подтверждает высокую степень интереса к выполнению практической и самостоятельной работы, готовность к осознанному применению потенциала социальных сетей в будущей предпринимательской деятельности.

Таким образом, наш опыт свидетельствует о возможности применения возможностей социальной сети «ВКонтакте» в процессе формирования предпринимательской компетентности студентов колледжа, значительном интересе будущих специалистов к использованию инструментов цифровой экономики в профессиональной деятельности.

### *Библиографический список*

1. Шмелькова Л.В. Кадры для цифровой экономики: взгляд в будущее // Дополнительное профессиональное образование в стране и мире. 2016. № 8 (30). С. 1–4.
2. Гавриленко Ю. М., Дудко А.В. Формирование у студентов колледжа предпринимательской компетентности: региональный опыт // Среднее профессиональное образование. Ежемесячный теоретический и научно-методический журнал. М.: ПРИНТ ОПТИМА, 2017. № 2. С. 18–22.
3. Гавриленко Ю. М., Дудко А.В. Понятие «предпринимательская компетентность»: педагогический контекст и региональные аспекты // Проблемы современного педагогического образования. Сер.: Педагогика и психология. Сборник научных трудов. Ялта: РИО ГПА, 2017. Вып. 54. Ч. 1. С. 74–81.
4. О сайте, Аудитория Вконтакте: URL: [https://vk.com/page-47200925\\_44240810](https://vk.com/page-47200925_44240810).